

PERBEDAAN REAKSI PASAR DAN KINERJA AKUNTANSI PERUSAHAAN *PROSPECTOR* DAN *DEFENDER*: ANALISIS DENGAN PENDEKATAN *LIFE CYCLE THEORY*



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

ANIS DWIATMAJANTI
NIM. C2C009232

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2013

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Anis Dwiatmajanti
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009232
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PERBEDAAN REAKSI PASAR DAN KINERJA AKUNTANSI PERUSAHAAN *PROSPECTOR* DAN *DEFENDER*: ANALISIS DENGAN PENDEKATAN *LIFE CYCLE THEORY***

Dosen Pembimbing : Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 11 Juni 2013

Dosen Pembimbing,

(Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt.)

NIP. 198108132008012

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Anis Dwiatmajanti
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009232
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PERBEDAAN REAKSI PASAR DAN
KINERJA AKUNTANSI PERUSAHAAN
PROSPECTOR DAN *DEFENDER*: ANALISIS
DENGAN PENDEKATAN *LIFE CYCLE
THEORY***

Dosen Pembimbing : Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt.

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 21 Juni 2013

Tim penguji:

1. Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. Darsono, S.E., MBA., Akt. (.....)
3. Drs. Sudarno, M.Si., Akt., Ph.D. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Anis Dwiatmajanti, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Perbedaan Reaksi Pasar dan Kinerja Akuntansi Perusahaan *Prospector* dan *Defender*: Analisis dengan Pendekatan *Life Cycle Theory*”. Adalah tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, Juni 2013

Yang membuat pernyataan,

(Anis Dwiatmajanti)

NIM. C2C009232

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang” (Q.S Al-Fatihah: 3)

“Hanya kepada Engkaulah kami menyembah dan hanya kepada Engkaulah kami memohon pertolongan” (Q.S Al-Fatihah: 5)

“Hanya Allah tempat bergantung” (Q.S Al-Ikhlas: 2)

“Fa inna ma’al usri yusran. Inna ma’al usri yusran” (Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“I’ve been crying for so long. Fighting tears just to carry on. But now, but now it’s gone away” (Love Today)

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK:

- ❖ Bapak dan Ibu tersayang
“Ya Allah ampunilah dosa-dosa kedua orangtuaku dan sayangilah mereka sebagaimana mereka menyayangiku di waktu aku kecil
- ❖ Kakakku tersayang (Mbak Nurul)
- ❖ Sahabat-sahabat terbaikku (Ratih, Mega, Ummu,) yang selalu memberikan perhatian, motivasi, dukungan, dan semangat
- ❖ Seluruh teman-teman seperjuangan Akuntansi 2009

ABSTRAK

Prospector dan *defender* merupakan dua jenis strategi ekstrim berbeda. Habbe dan Hartono (2001) serta Saraswati dan Atmini (2007) telah melakukan penelitian mengenai perbedaan kinerja akuntansi dan reaksi pasar pada perusahaan *prospector* dan *defender*. Pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, *dividend payout ratio*, dan reaksi pasar merupakan variabel yang digunakan sebagai implikasi dari strategi organisasional tersebut.

Penelitian ini membahas mengenai perbedaan kinerja akuntansi dan reaksi pasar pada perusahaan *prospector* dan *defender* pada tahun 2006-2010. Penelitian ini menambah *return on investment* (ROI) sebagai pengukuran kinerja akuntansi.

Seleksi perusahaan bertipologi *prospector* dan *defender* ditentukan menggunakan empat variabel, yaitu rasio jumlah karyawan terhadap jumlah penjualan bersih (KARPEN), rasio *price to book value* (PBV), rasio belanja modal terhadap total aset (CETA), dan rasio belanja modal terhadap nilai pasar ekuitas (CEMVE). Keempat proksi tersebut dianalisis menggunakan *Common Factor Analysis*. Sampel dari penelitian ini terdiri dari 20 perusahaan, 10 perusahaan masing-masing dikategorikan sebagai *prospector* dan *defender*. *Life cycle theory* digunakan untuk menganalisis perbedaan pengukuran kinerja akuntansi *prospector* dan *defender*. Data dianalisa menggunakan *T-Test* dan *Mann-Whitney U-Test*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan pertumbuhan laba, *return on investment*, dan reaksi pasar antara perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender*. Sebaliknya, pertumbuhan penjualan dan *dividend payout ratio* pada perusahaan *defender* lebih tinggi dibandingkan perusahaan *prospector*.

Kata kunci: *Prospector, defender, kinerja akuntansi, kinerja pasar*

ABSTRACT

Prospector and defender are two different types of extreme strategies. Habbe and Hartono (2001) and Saraswati and Atmini (2007) suggested on the differences in accounting performance and market reaction of prospector and defender. Earnings growth, sales growth, dividend payout ratio, return on investment and the market reaction are variables that is used to determine the implications of the organizational strategy, i.e.

This study discusses the differences in accounting performance and market reaction of prospector and defender firms from 2006-2010. This research adds return on investment (ROI) as new measurement of accounting performance.

Selecting of prospector and defender firms is determined using four variables, the ratio of the number of employees to total net sales, the ratio of price to book value, the ratio of capital to total assets, and the ratio of capital expenditure to market value of equity. Four proxies of this research is analyzed by Common Factor Analysis. Sample of this study consisted of 20 companies, each 10 companies categorized as a prospector and defender. Life cycle theory is used to analyze the differences in accounting performance measurement prospector and defender. Data were analyzed using T-Test and Mann-Whitney U-Test. The results of the study showed that there was no difference in earnings growth, return on investment, and market reactions between companies prospector and defender firms. On the contrary, the company's sales growth and dividend payout ratio of defender firms is higher than the prospector firms.

Keywords: Prospector, defender, financial performance, market reaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perbedaan Reaksi Pasar dan Kinerja Akuntansi Perusahaan *Prospector* dan *Defender* : Analisis dengan Pendekatan *Life Cycle Theory*” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis sangat menyadari bahwa banyak pihak yang memberikan bantuan, bimbingan, petunjuk, saran, serta fasilitas. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang terdalam kepada:

1. Prof. Drs. H. Mohamad Nasir Msi., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip
2. Prof. Dr. M. Syafrudin, Msi., Akt. selaku ketua jurusan Akuntansi
3. Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing yang secara sabar, teliti, dan cermat telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Etna Nur Afri Yuyetta, Dr., S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali selama menempuh pendidikan di Universitas Diponegoro.
5. Dr. Darsono, S.E., MBA., Akt. selaku dosen penguji yang sangat baik telah meluluskan saya. Akibat olah data lagi, sekarang saya lebih percaya diri bahwa saya bisa kerja keras dan melewati badai. Pembelajaran yang sangat luar biasa.

6. Drs. Sudarno, M.Si., Akt., Ph.D. selaku dosen penguji yang sangat baik telah meluluskan saya atas dasar percaya pada saya bahwa skripsi akan saya perbaiki sesuai struktur SPOK. Maaf, Pak, bila kalimat ini tidak SPOK.
7. Ibu Erwin Saraswati selaku pemilik jurnal yang sudah baik hati membalas setiap pertanyaan saya melalui *e-mail*.
8. Aulia Rizki yang skripsinya mirip dengan saya. Namanya tidak bisa dimasukkan di Daftar Pustaka karena masih skripsi, jadi saya masukkan di sini.
9. Bapak yang terus mengingatkan saya untuk cepat lulus dan selalu menanyakan perkembangan skripsi serta menegaskan bahwa nikmat Allah SWT adalah yang paling sejati. Ibu yang sudah sebulan lebih menemani saya di kosan agar saya kuat mengerjakan revisian skripsi, selalu memberikan perhatian tiada henti serta memberikan kekuatan yang sangat besar. Serta kakakku tersayang yang penyanyang, Nurul Purwaningdiah yang menjadi tempat saya konsultasi dan menjadi contoh yang baik dalam perkembangan spiritual saya. *Family is everything*.
10. Keluarga saya di Semarang, Eyang putri, Bulik Susi, Om Djamal, Lia, dan Dinda yang sudah saya repotkan semenjak saya pindah ke Semarang.
11. Pak Azis pojok BEI Universitas Diponegoro yang sering saya mintai tolong dan nasihat sampai bosan melihat saya.
12. Teman-teman Statistic Center Undip, Endah, Hayu, Ilyas, dan Intan, yang sudah membantu banyak dalam skripsi saya.

13. Sahabat-sahabatku Ratih Umroh Mahfudhoh, Mega Putri Yustia Sari, dan Ummu Kaltsum yang selalu memberikan perhatian, semangat, motivasi, bantuan, serta selalu saya repotkan dan sebagai tempat saya mencurahkan isi hati. Ratih Umroh Mahfudhoh yang paling sering saya repotkan, sebagai *partner-in-crime*, dan teman *hedon*. Mega Putri Yustia Sari yang sering memberikan masukan dalam berbagai hal. Rela ditelfon berkali-kali untuk mendengarkan galauan skripsi saya serta memberikan masukan. Ummu Kaltsum walaupun *nyeleneh*, tetapi menjadi sosok panutan bagi saya untuk menjadi orang yang bersih, bijaksana, dan berpikiran positif.
14. Putri Arsika, sebagai tempat berbagi rasa selama mengerjakan skripsi, serta saling memberikan masukan, perhatian, dan semangat. Tempat duduk depan ruang dosen merupakan saksi bersejarah kita. Maria Melinda sebagai tetua, tempat saya mengacu. Ratih Yeltsinta memberikan ketenangan saat saya galau sebelum *acc* sidang. Anna Kania Widiatami yang sudah memperkenalkan pada mas Yudi dan menjadi tempat curahan galau skripsi. Richa Puspita Alfia sebagai teman satu dosen penguji yang memberikan saran-saran serta tips-tips rambut sehat. Muhammad Luki Junizar dan Glory Augusta Sianipar sebagai teman satu perjuangan mengulang dari olah data setelah sidang.
15. Friska Irnas Adiyani yang telah memperkenalkan saya kepada *Statistic Center Undip*, memberikan semangat, dan perhatian.
16. Bardha Gemilang sebagai pasangan *yin* dan *yang*. *Partner* sop kaki kambing dan *Japanese Food*. Tempat mencurahkan isi hati yang paling

dalam dan kelam. Memberi semangat, perhatian, dan menemani di kala saya sangat *down*. Rela ditelpon 3-4 kali sehari hanya untuk galau skripsi. Rela mendengarkan keluhan saya tentang skripsi hampir di setiap saat.

17. Santi, Hemi, Virda, Hani, Bela, Inggrid yang telah memberikan saran-sarannya seputar sidang.
18. Sevi teman kos yang sudah meminjamkan kalkulatornya selama dua minggu demi revisian skripsi.
19. Mas Eko yang sudah mengantar saya ke kampus setiap revisi skripsi dan mengantarkan barang yang tertinggal.
20. Ibu kantin kosan yang sudah menjadi teman ngobrol Ibu saya selama sebulan di kosan.
21. Sahabat-sahabat SMA yang walaupun jauh, tetapi dekat di hati. Ditha Ayu Ruliani yang memberikan saya motivasi serta gurauan tidak jelas, tetapi menjadi pemacu bagi saya untuk cepat lulus. Aprianiza Humaerah yang telah memberikan saya keyakinan. Ayu Novianti yang memberikan hiburan “galon” saat tengah malam. Teman-teman “Menyulam Cinta”, yaitu yang berisikan Dina Hafizah, Prithania Nurindra, Dhaniala Cyndarini, Putri Yunita, Sevilla Helmi, Fitri Okta, May Delima, Naisha Haraini, Bawono Budi, dan Abi Ghifari yang selalu memberikan hiburan segar, inspirasi, semangat, dan motivasi.
22. Seluruh teman-teman Kronik Filmedia Undip yang memberikan banyak keceriaan, pengalaman, serta ledakkan “udah lulus bareng aku aja, Mbak” yang menjadi pemacu saya.

23. Semua teman-teman Akuntansi angkatan 2009

24. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan.

Penulis sadar bahwa sebagai manusia tidak luput dari khilaf dan kesalahan, baik yang disengaja ataupun yang tidak disengaja dalam menyusun skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak berkepentingan yang membutuhkan penelitian selanjutnya.

Semarang, 10 Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Konsep Siklus Hidup (<i>Life Cycle Theory</i>)	15
2.1.2 Pengukuran Kinerja Akuntansi	18
2.1.3 Strategi Perusahaan.....	20
2.1.4 <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis	35
2.4.1 Pertumbuhan Laba antara Perusahaan <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	36
2.4.2 Pertumbuhan Penjualan antara Perusahaan <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	38
2.4.3 <i>Dividend Payout Ratio</i> antara Perusahaan <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	40
2.4.4 <i>Return on Investment</i> antara Perusahaan <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	41
2.4.5 <i>Cumulative Abnormal Return</i> antara Perusahaan <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	43
3.1.1 Seleksi <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	43
3.1.2 Pengukuran Kinerja Akuntansi	44
3.1.3 Pengukuran Reaksi Pasar.....	45

3.2 Jenis dan Sumber Data	48
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.4 Metode Analisis	49
3.4.1 Statistik Deskriptif.....	50
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.4.2.1 Uji Normalitas Data	50
3.4.3 Pengujian Hipotesis	51
3.4.3.1 Uji <i>T-Test</i>	51
3.4.3.2 Uji <i>Mann-Whitney U-Test</i>	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.2 Analisis Data	54
4.2.1 Seleksi Perusahaan Bertipologi <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	54
4.2.2 Statistik Deskriptif	55
4.2.3 Uji Normalitas Data	57
4.2.4 Pengujian Hipotesis	58
4.3 Interpretasi	60
4.3.1 Hipotesis H1	60
4.3.2 Hipotesis H2	61
4.3.3 Hipotesis H3	62
4.3.4 Hipotesis H4	63
4.3.5 Hipotesis H5	64
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Keterbatasan.....	67
5.3 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbedaan Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 2.2 Hubungan <i>Life Cycle Theory</i> dengan <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	35
Tabel 4.1 Proses Pemilihan Sampel.....	53
Tabel 4.2 <i>Common Factor Analysis</i> Variabel Indikator Strategi Organisasional	55
Tabel 4.3 Hasil Perbandingan Nilai Rata-Rata Pengukuran Kinerja Akuntansi dan <i>Cumulative Abnormal Return</i>	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Data	57
Tabel 4.5 Hasil Perbandingan Nilai Rata-Rata Untuk Pengukuran Kinerja Akuntansi Strategi <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	58
Tabel 4.6 Hasil Perbandingan Nilai Rata-Rata antara <i>Cumulative Abnormal Return</i> Strategi <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I	Daftar Perusahaan-Perusahaan Sampel.....70
Lampiran II	Hasil Seleksi Perusahaan Bertipologi <i>Prospector</i> dan <i>Defender</i>71
Lampiran III	Daftar Lima Variabel Penelitian Perusahaan Sampel.....72
Lampiran IV	Daftar Empat Variabel Indikator Strategi74
Lampiran V	Tanggal Publikasi Laporan Keuangan75
Lampiran VI	Hasil <i>Common Factor Analysis</i>76
Lampiran VII	Statistik Deskriptif80
Lampiran VIII	Hasil Uji Normalitas Data81
Lampiran IX	Hasil Uji Hipotesis.....82

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan meningkat pada bidang usaha setiap saat. Perusahaan-perusahaan saling berlomba untuk dapat memenangkan persaingan atau kompetisi dalam dunia bisnis yang merupakan kunci keberhasilan perusahaan di masa mendatang. Perusahaan harus merencanakan perencanaan yang matang agar berhasil bertahan ditengah gempuran pesaing-pesaing lainnya.

Kepuasan pelanggan dan besarnya laba yang diperoleh suatu perusahaan menunjukkan salah satu nilai keberhasilan perusahaan tersebut (Habbe dan Hartono, 2001). Strategi yang dijalankan dengan tepat akan membuat perusahaan meraih peluang pasar di antara perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Pelanggan dan laba akan meningkat bila strategi yang dipilih perusahaan merupakan strategi yang tepat. Perusahaan harus memilih dan menerapkan strategi yang tepat sesuai dengan karakter dan kondisi lingkungan perusahaan agar bisa terus bertahan di tengah persaingan bisnis yang ketat.

Hitt, *et al.* (2004) menyatakan untuk mencapai daya saing strategis dan menghasilkan laba di atas rata-rata, suatu perusahaan menganalisis lingkungan eksternalnya, mengidentifikasi peluang-peluang yang terdapat di dalamnya, menentukan mana sumber daya yang berkompeten, dan memilih suatu strategi yang tepat untuk mengimplementasikannya sehingga menghasilkan suatu keluaran (*output*) yang baik.

Strategi perusahaan merupakan kebijakan yang dipilih dalam menghadapi lingkungan eksternal maupun internal (Juanda, 2008). Tekanan lingkungan eksternal seperti ancaman litigasi mengharuskan manajer untuk menyelamatkan perusahaan yaitu dengan memilih strategi yang tepat.

Porter (1980) menyatakan bahwa terdapat dua jenis strategi, yaitu strategi korporat dan strategi kompetitif (unit bisnis). Strategi korporat memfokuskan pada bisnis apa dan bagaimana mengelola unit bisnis. Sedangkan strategi kompetitif berfokus pada penciptaan keunggulan kompetitif dan stabilitas pada masing-masing unit bisnis. Konsep-konsep strategi kompetitif dapat dibedakan menjadi *defender*, *prospector*, *analyzer*, dan *reactors* (Miles dan Snow, 1978).

Miles dan Snow (1978) membagi empat tipologi strategi perusahaan, yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer*, dan *reactor*. Dari penelitian di atas, mengartikan *prospector* dan *defender* sebagai strategi yang sangat berbeda. *Prospector* merupakan strategi yang mengidentifikasi dan mengembangkan produk baru serta memanfaatkan peluang pasar, sedangkan *defender* adalah strategi yang cenderung mempertahankan pasar yang telah dicapai dan produk yang stabil dengan harga yang murah (*low cost leadership*).

Tipologi *prospector* dan *defender* berada pada dua titik ekstrim berbeda bahkan bertolak belakang (Habbe dan Hartono, 2001). Tipologi *prospector* menawarkan produk yang unik (*differentiation strategy*) menurut persepsi konsumen, pengejaran pertumbuhan penjualan, dan perluasan pangsa pasar. Sedangkan tipologi *defender* menawarkan produk yang lebih murah (*cost*

leadership strategy) dari pesaingannya menurut persepsi konsumen, produk yang stabil, mempertahankan pangsa yang telah dicapai.

Strategi *prospector* selalu mendorong perusahaan untuk berinovasi. Hal tersebut mengharuskan perusahaan untuk terus mengawasi peluang pasar. Melakukan perubahan-perubahan untuk menghadapi persaingan. Fungsi pemasaran riset dan pengembangan (R&D) menjadi lebih dominan. Kinerja perusahaan tidak hanya dinilai berdasarkan laba dan efisiensi, tetapi menjadi *leader* dalam inovasi produk menjadi target utama yang lebih penting.

Sedangkan strategi *defender* mempertahankan produk dan pangsa pasar yang telah dikuasai dengan cara membuat produk atau jasa yang berkualitas baik dengan harga yang terjangkau. Berbeda dengan strategi *prospector* yang mengawasi dan memanfaatkan peluang pasar, strategi *defender* mempertahankan *segment* pasar. Kinerja perusahaan dinilai berdasarkan keuangan, produksi, dan perekayasa teknis dengan menekankan pengeluaran untuk pemasaran serta riset dan pengembangan (R&D).

Juanda (2008) menyatakan bahwa, di Indonesia, perusahaan yang termasuk kategori *prospector* adalah perusahaan yang berusaha untuk menjadi yang pertama dengan produk, pasar, dan teknologi yang baru walaupun tidak semua usaha menghasilkan keuntungan. Mereka merespon dengan cepat tanda-tanda area kemungkinan secara awal, serta upaya meneliti pasar secara terus menerus terhadap peluang pasar dan selalu menciptakan perubahan dan ketidakpastian bagi pesaingnya. Fungsi marketing serta riset dan pengembangan mendominasi fungsi keuangan dan produksi. Sehingga *performance* tentang

efisiensi dan *profit* tidaklah terlalu penting dibandingkan dengan upaya untuk memelihara kepemimpinan industri tentang inovasi produk.

Sedangkan, perusahaan yang termasuk kategori *defender* adalah perusahaan yang berusaha menempatkan dan mengelola pasar yang aman dengan produk yang relatif lebih stabil atau area jasa. Mereka mencoba untuk melindungi domain produknya dengan menawarkan kualitas yang lebih tinggi, jasa yang superior atau harga yang lebih rendah. Mereka cenderung mengabaikan perubahan industri yang tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap area operasi perusahaan saat ini, serta mempunyai produk terbatas dan kurang melakukan pengembangan produk atau pasar. Fungsi utama keberhasilan organisasi ditekankan pada fungsi keuangan, produksi, dan perekayasaan. Sementara itu, fungsi pemasaran, penelitian, dan pengembangan kurang mendapat perhatian. Struktur fungsional organisasi menggambarkan spesialisasi produk, pasar, dan teknologi (Juanda, 2008).

Perusahaan tidak dapat memilih tipologi strategi tersebut, tetapi tipologi strategi melekat pada diri perusahaan sesuai dengan kinerja perusahaan tersebut. Tipologi strategi akan berubah seiring dengan perubahan aktivitas, kinerja, dan tujuan perusahaan pada saat itu. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tipe strategi yang berbeda akan menghasilkan sistem pengendalian akuntansi yang berbeda. Seperti dikemukakan Simon (1987) dalam Juanda (2008) meliputi sistem dan prosedur formal yang menggunakan informasi akuntansi untuk mempertahankan dan mengubah aktivitas organisasi, yang meliputi sistem perencanaan, sistem pelaporan, dan sistem monitoring.

Untuk mengetahui kinerja perusahaan bertipologi *prospector* maupun perusahaan bertipologi *defender*, digunakan pendekatan *Life Cycle Theory*. Setiap fase dalam *product life of cycle* akan berpengaruh terhadap strategi, kompetisi, dan kinerja perusahaan. *Life cycle theory* menjelaskan bahwa ada empat fase dalam siklus hidup suatu perusahaan, yaitu dimulai dari fase pengenalan (*introduction/pioneering*), pertumbuhan (*growth/expansion*), kematangan (*mature/harvest*), dan fase penurunan (*decline*).

Perusahaan dengan strategi *prospector* berada dalam dua fase *life cycle theory*, yaitu pengenalan dan pertumbuhan karena berusaha menciptakan peluang pasar yang tinggi dengan menciptakan produk *differentiation* yang merupakan faktor kunci sukses (*key success factor*). Pada fase kematangan dan penurunan, *cost leadership* merupakan faktor kunci sukses (*key success factor*) karena pada kedua fase tersebut, pembayaran dividen tinggi dan munculnya produk pengganti yang baru. Oleh karena itu, kedua fase ini dikatakan termasuk ke dalam strategi *defender*.

Kinerja akuntansi pada perusahaan dengan strategi *prospector* dan strategi *defender* dibandingkan dengan menggunakan variabel seperti pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, dan *dividend payout*. Pertumbuhan laba digunakan untuk mengetahui peningkatan laba yang diperoleh perusahaan dan menentukan besarnya tingkat pengembalian kepada pemegang saham atau bagi calon *investor* untuk mengambil keputusan apakah akan melakukan investasi di perusahaan tersebut. Pertumbuhan penjualan untuk mengetahui pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun, apakah pertumbuhannya positif atau negatif. *Dividend payout*

digunakan untuk mengetahui seberapa besar laba yang dibagikan oleh perusahaan kepada penanam modal.

Kinerja akuntansi memberikan informasi yang berguna bagi *investor* dalam mengambil keputusan investasi. Pada penelitian Anthony dan Ramesh (1992) dalam Saraswati dan Atmini (2007) menghubungkan kinerja akuntansi dengan reaksi harga saham dan pendekatan yang dipakai adalah *life cycle theory*, karena setiap fase dalam siklus hidup menggunakan kinerja akuntansi yang berbeda.

Saraswati dan Atmini (2007) melakukan penelitian yang menguji perbedaan pengukuran kinerja akuntansi untuk perusahaan yang bertipologi *prospector* dan *defender*, dan dihubungkan dengan harga saham. Penelitian yang dilakukan Saraswati dan Atmini (2007) dilakukan untuk melihat konsistensi hasil penelitian Habbe dan Hartono (2001).

Saraswati dan Atmini (2007) mengemukakan bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan dan rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender* tidak berbeda (tidak signifikan). Temuan ini dapat dijelaskan, bahwa dampak periode krisis tahun 1997-1998 masih terasa. Perusahaan mengalami kesulitan untuk bangkit. Ditambah lagi dengan persaingan global yang semakin tajam, menjadikan seluruh perusahaan mengalami kesulitan dalam meningkatkan penjualan dan laba bersihnya. Berbeda dengan penelitian Habbe dan Hartono (2001) yang menunjukkan bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan dan laba perusahaan *prospector* lebih besar dibanding rata-rata pertumbuhan penjualan dan laba perusahaan bertipologi *defender*.

Hasil pengujian terhadap *dividend payout ratio* menunjukkan bahwa perusahaan *defender* membayarkan dividen yang lebih besar daripada perusahaan *prospector* (Saraswati dan Atmini, 2007). Habbe dan Hartono (2001) menjelaskan bahwa perusahaan yang berkesempatan untuk tumbuh mempunyai *free cash flow* yang lebih kecil dan membayar dividen yang lebih rendah (Jensen, 1986, dalam Smith dan Watts, 1992). Sedangkan hasil penelitian Habbe dan Hartono (2001) menunjukkan perbedaan yang tidak signifikan pada *dividend payout* antara perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender*.

Hasil pengujian Habbe dan Hartono (2001) serta Saraswati dan Atmini (2007) menjelaskan bahwa perbedaan reaksi pasar menunjukkan bahwa reaksi pasar terhadap perusahaan *prospector* lebih besar daripada reaksi pasar terhadap perusahaan *defender*, namun hasilnya tidak signifikan. Hal tersebut mengartikan bahwa investor memberikan respon yang sama, baik untuk perusahaan bertipe *prospector* maupun perusahaan *defender*. Hal ini dijelaskan, bahwa investor di Indonesia adalah investor yang *naive* dan kurang rasional.

Dua penelitian tersebut membandingkan tiga kinerja akuntansi beserta reaksi pasar terhadap perusahaan *prospector* dan *defender*. Saraswati dan Atmini (2007) serta Habbe dan Hartono (2001) menyarankan untuk menambahkan variabel *return on investment* (ROI) untuk membandingkan kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan *defender*. Analisis *return on investment* (ROI) memiliki arti penting sebagai salah satu teknik analisis rasio keuangan yang bersifat menyeluruh (komprehensif).

Return on investment (ROI), sebagai indikator dalam menilai kinerja perusahaan, merupakan salah satu bagian yang terpenting yang digunakan untuk memprediksi harga atau *return* saham perusahaan publik. *Return On Investment* (ROI) digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian atas modal yang telah diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba bersih perusahaan. *Return on investment* (ROI) dapat memberitahukan tingkat laba dari perusahaan yang berhubungan dengan investasi. Pengukuran kinerja perusahaan dengan *return on investment* (ROI) menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba.

Selain itu, *return on investment* (ROI) juga merupakan ukuran efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva tetap yang digunakan dalam menghasilkan keuntungan untuk operasi. Semakin besar *return on investment* (ROI) menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik karena tingkat pengembalian investasi (*return*) yang semakin besar.

Govindarajan dan Gupta (1985) dalam Juanda (2008) membuat klasifikasi atas dasar variasi misi strategi yakni *build*, *hold*, *harvest*, dan *divest*. Perusahaan yang mengikuti strategi *build* bertujuan mengembangkan *market share* dan posisi persaingan. Strategi *harvest* bertujuan memaksimalkan *earnings* jangka pendek dan aliran kas. Strategi *hold* bertujuan melindungi pangsa pasar agar memperoleh *return on investment* yang menguntungkan. Strategi *divest* terjadi ketika perusahaan merencanakan untuk menghentikan operasinya. Tujuan ROI pada strategi *hold* adalah mengukur tingkat efisiensi usaha yang telah diinvestasikan untuk mencapai probabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Oleh karena itu, perlu diadakan penelitian dengan menambah variabel *return on investment* (ROI) sebagai indikator pengukuran kinerja akuntansi, seperti yang disarankan oleh Habbe dan Hartono (2001) serta Saraswati dan Atmini (2007).

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengacu pada penelitian Saraswati dan Atmini (2007) dengan judul “ **PERBEDAAN REAKSI PASAR DAN KINERJA AKUNTANSI PERUSAHAAN *PROSPECTOR* DAN *DEFENDER*: ANALISIS DENGAN PENDEKATAN *LIFE CYCLE THEORY*”**

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan pertama yang mendasari rumusan masalah dalam penelitian ini adalah beberapa perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perbedaan Hasil Penelitian Terdahulu

Var. Independen	Hasil Penelitian		Peneliti
	<i>Prospector</i>	<i>Defender</i>	
CAR	Lebih besar (tidak sig)		Habbe & Hartono (2001), Saraswati & Atmini (2007)
Pertumbuhan laba	lebih besar (tidak sig)		Saraswati & Atmini (2007)
	Lebih besar (sig)		Habbe & Hartono (2001)
Pertumbuhan penjualan	lebih besar (tidak sig)		Saraswati & Atmini (2007)
	Lebih besar (sig)		Habbe & Hartono (2001)
<i>Dividend payout</i>		Lebih besar (sig)	Saraswati & Atmini (2007)
		lebih besar (tidak sig)	Habbe & Hartono (2001)

Sumber: Dari berbagai jurnal

Permasalahan yang kedua adalah kurangnya variabel yang digunakan sebagai indikator pengukuran kinerja akuntansi. Oleh sebab itu, pada penelitian ini, jumlah variabel ditambahkan, yaitu *return on investment* (ROI). Pengukuran tersebut dilakukan untuk dijadikan bukti, apakah *return on investment* (ROI) dapat digunakan sebagai pembanding kinerja antara perusahaan *prospector* dan *defender*.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian, yaitu:

1. Apakah rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *prospector* lebih besar daripada rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *defender*?
2. Apakah rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *prospector* lebih besar daripada rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *defender*?
3. Apakah rata-rata pembayaran deviden perusahaan *prospector* lebih kecil daripada rata-rata pembayaran dividen perusahaan *defender*?
4. Apakah rata-rata ROI perusahaan *prospector* lebih kecil daripada perusahaan *defender*?
5. Apakah reaksi pasar terhadap perusahaan *prospector* lebih besar daripada reaksi pasar terhadap perusahaan *defender*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui apakah rata-rata pertumbuhan laba sebagai indikator pengukuran kinerja akuntansi perusahaan *prospector* lebih besar daripada rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *defender*
2. Mengetahui apakah rata-rata pertumbuhan penjualan sebagai indikator pengukuran kinerja akuntansi perusahaan *prospector* lebih besar daripada rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *defender*
3. Mengetahui apakah rata-rata *dividend payout ratio* sebagai indikator pengukuran kinerja akuntansi perusahaan *defender* lebih besar daripada rata-rata pembayaran dividen perusahaan *prospector*
4. Mengetahui apakah rata-rata *return on investment* perusahaan *prospector* lebih besar daripada perusahaan *defender*
5. Mengetahui apakah reaksi pasar terhadap perusahaan *prospector* lebih besar daripada perusahaan *defender*

1.4 Kegunaan Penelitian

Berikut adalah kegunaan dari penelitian ini:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk memperdalam dan mengaplikasikan teori yang selama ini telah dipelajari. Terutama mengenai perbedaan reaksi pasar terhadap pengukuran kinerja akuntansi pada dua tipe strategi ekstrim, yaitu *prospector* dan *defender*.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi para manajer dalam mengambil keputusan dalam memilih strategi yang tepat untuk perusahaan demi meningkatkan laba, penjualan, serta pelanggan.
3. Bagi investor, penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dalam mengambil keputusan investasinya pada perusahaan yang menerapkan strategi pemasaran *defender* maupun *prospector*.
4. Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya.
5. Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wacana mengenai pengaruh reaksi pasar dihubungkan dengan strategi pemasaran *prospector* dan *defender*.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam skripsi ini sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan. Bab ini memuat: latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

Bab II : Tinjauan Pustaka. Bab ini menguraikan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dasar teori, menyertakan kerangka pemikiran dalam bentuk skema agar maksud penelitian dan hipotesis penelitian yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti, lebih jelas sehingga mudah dimengerti.

Bab III: Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang metode penelitian yang mendeskripsikan variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan. Bab ini menjelaskan deskripsi objek penelitian, pengujian yang dilakukan seperti uji asumsi klasik, uji korelasi dan uji beda rata-rata, interpretasi hasil pembahasan, serta argumentasi terhadap penelitian.

Bab V : Penutup. Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan, saran, dan rekomendasi yang disampaikan kepada pihak berkepentingan terhadap hasil penelitian untuk menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Siklus Hidup (Life Cycle Theory)

Teori siklus hidup menjelaskan bahwa ada empat fase dalam siklus hidup suatu perusahaan, yaitu dimulai dari fase pengenalan (*introduction/pioneering*), pertumbuhan (*growth/expansion*), kematangan (*mature/harvest*), dan penurunan (*decline*) (Saraswati dan Atmini, 2007). Anthony dan Ramesh (1992) dalam Saraswati dan Atmini (2007) menemukan bukti secara empiris bahwa reaksi harga saham atas *capital expenditure* dan pertumbuhan penjualan merupakan fungsi dari tahap siklus hidup produk.

Pashley dan Philppatos (1990) dalam Saraswati dan Atmini (2007) menjelaskan konsep siklus hidup perusahaan yang dikaitkan dengan penjualan, pembayaran dividen, dan *capital expenditure*.

1. Perusahaan yang berada pada fase pengenalan (*introduction*), *market share* dan *market power*-nya sangat tinggi, sedangkan volume penjualan rendah dan kemungkinan rugi dikarenakan biaya permulaan (*start up costs*) yang tinggi dengan adanya bisnis baru. Dana perusahaan lebih banyak bergantung pada dana pinjaman, sehingga likuiditas perusahaan rendah dan tidak ada pembayaran dividen.
2. Pada fase *expansion (growth)*, perusahaan akan mengalami kenaikan dalam penjualan, laba, dan likuiditas. Perusahaan mulai membayar

dividen. *Equity* relatif terhadap *debt financing* meningkat karena laba dikembalikan lagi ke perusahaan dan sebagian hutang terbayar. *Market power* dan *market share* turun dengan adanya kompetisi. Pada fase pengenalan dan pertumbuhan, peluang pasar yang tinggi, memperkenalkan produk, dan biaya awal perusahaan juga tinggi, kedua fase ini bisa dikatakan menerapkan strategi *prospector*.

3. Pada fase kematangan (*maturity*), mempunyai karakteristik pasar *mature product* dan kompetisi. Penjualan memuncak dan likuiditas tinggi sehingga pembayaran dividen juga tinggi.
4. Pada fase penurunan (*decline*), penjualan turun secara signifikan perusahaan mengalami kerugian dan mungkin tidak ada pembayaran dividen.

Pada fase pengenalan dan pertumbuhan, produk *differentiation* merupakan faktor kunci sukses (*key success factor*). Untuk itu pemilikan teknologi dan pengetahuan serta dukungan dana merupakan aspek penting dalam pencapaian *key success factor* tersebut. Pengembangan pada fase ini dibutuhkan dana yang sangat banyak untuk penyempurnaan *capital*, pencapaian *capabilitas* pemanufakturan, pemasaran, dan distribusi (Grant, 1995, dalam Habbe dan Hartono). Fase pertumbuhan dijelaskan oleh Porter (1980) bahwa pada fase pertumbuhan, perusahaan mempunyai profit dan margin yang tinggi dibanding pada fase kematangan dan penurunan. Didukung pula oleh penelitian yang dilakukan Gaver dan Gaver (1993) yang menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai

kesempatan untuk tumbuh lebih *profitable* dibanding perusahaan yang kurang atau tidak mempunyai kesempatan untuk tumbuh (Habbe dan Hartono, 2001).

Porter (1980) dalam Habbe dan Hartono (2001) menjelaskan mengenai perbandingan kinerja. Perusahaan yang berada pada fase pertumbuhan mempunyai *profit* dan *margin* serta pertumbuhan penjualan yang relatif lebih tinggi dibanding pada fase kematangan dan penurunan. Sedangkan *return on investment* (ROI) pada fase pertumbuhan lebih kecil dibandingkan pada fase kematangan/kedewasaan. Hal ini disebabkan perusahaan sedang dalam usaha membangun (*build*), yang terus masih melakukan investasi, sedangkan pada fase kematangan dan penurunan, perusahaan sudah berada pada taraf panen (*harvest*).

Transformasi dari fase pertumbuhan ke fase kematangan dan penurunan berdampak pada *competitive advantage* yaitu berkurangnya kesempatan untuk melanggengkan *competitive advantage* dan bergesernya kesempatan tersebut dari *differentiation based factor* ke *cost based factor*. Berkurangnya ruang lingkup keuntungan *differentiation* berasal dari meningkatnya pengetahuan konsumen, standarisasi produk dan berkurangnya inovasi produk. Pada fase ini *cost advantage* menjadi *key success factors*. Sumber utama pencapaian *cost advantage* berasal dari *economies of scale*, *low-cost input*, dan *low overhead*. Dengan demikian, strategi yang tepat dalam fase kematangan dan penurunan adalah *cost leadership* atau strategi *defender* (Grant, 1995, dalam Saraswati dan Atmini, 2007).

Life cycle theory menjelaskan bahwa setiap perusahaan akan mengalami siklus hidup, dimulai dari pengenalan hingga penurunan. Bila perusahaan tidak

bisa menerapkan sistem pengendalian yang baik, maka akan berada pada fase penurunan. Shank dan Govindarajan (1993) menjelaskan bahwa perusahaan yang berada pada fase pengenalan dan pertumbuhan menerapkan sistem pengendalian yang tidak ketat, tetapi bila sudah mencapai pada fase kematangan dan penurunan, maka akan menerapkan sistem pengendalian yang ketat. Bila sistem pengendalian diterapkan secara kontinyu dan konsisten, maka akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan (Habbe dan Hartono, 2001). Bila sistem pengendalian tidak baik, maka perusahaan akan berada pada fase penurunan yang bisa menyebabkan kebangkrutan.

2.1.2 Pengukuran Kinerja Akuntansi

Laporan keuangan digunakan oleh berbagai pihak untuk mengetahui kondisi perusahaan, termasuk manajemen dan investor. Manajemen menggunakan laporan keuangan untuk pengambilan keputusan, evaluasi usaha yang berjalan, melakukan *budgeting*, kontrol internal, dan memperkirakan pendapatan dan dividen di masa yang akan datang. Sedangkan investor menggunakan laporan keuangan untuk melakukan keputusan investasi, apakah harus menambah modal, mengurangi atau menjual sahamnya, dan untuk mengetahui kondisi perusahaan. Untuk menganalisis laporan keuangan, dapat digunakan rasio keuangan. Rasio keuangan dirancang untuk mengevaluasi laporan keuangan yang berisi data tentang posisi perusahaan pada suatu titik dan operasi perusahaan pada masa lalu (Brigham dan Houston, 2001).

Analisis laporan keuangan bagi manajemen bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, kompensasi, pengembangan karir, dan perencanaan ke depan. Analisis laporan keuangan bagi investor adalah sebagai permulaan untuk mengetahui kinerja perusahaan, pendapatan, dan keamanan investasi.

Pengukuran kinerja akuntansi digunakan untuk membandingkan dua strategi perusahaan *prospector* dan *defender*. Untuk dapat membandingkan kedua strategi perusahaan *prospector* dan *defender*, digunakan tiga variabel yang sebelumnya digunakan oleh Habbe dan Hartono (2001) serta Saraswati dan Atmini (2007), yaitu pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, dan *dividend payout*.

Pertumbuhan laba digunakan untuk mengetahui peningkatan laba yang diperoleh perusahaan dan untuk menentukan besarnya tingkat pengembalian kepada pemegang saham atau bagi calon *investor* untuk mengambil keputusan apakah akan melakukan investasi di perusahaan tersebut. Jika pertumbuhan positif dapat diidentifikasi bahwa kinerja perusahaan pada tahun ini mengalami peningkatan, tetapi jika pertumbuhan negatif maka kinerja perusahaan mengalami penurunan. Untuk menghitung pertumbuhan laba yaitu laba sebelum pajak (EBIT) tahun ini (t) dikurangi laba sebelum pajak tahun sebelumnya ($t-1$) dibagi nilai pasar ekuitas pada akhir tahun sebelumnya.

Pertumbuhan penjualan untuk mengetahui pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun, apakah pertumbuhannya positif atau negatif. Sama seperti pertumbuhan laba, bila pertumbuhan positif dapat diidentifikasi bahwa kinerja

perusahaan tahun ini mengalami peningkatan, tetapi jika pertumbuhan negatif maka kinerja perusahaan mengalami penurunan. Untuk menghitung pertumbuhan penjualan yaitu total penjualan bersih tahun ini (t) dikurangi total penjualan bersih tahun sebelumnya (t-1) dibagi total penjualan bersih tahun sebelumnya (t-1).

Dividend payout ratio menunjukkan berapa besar laba yang dibagikan sebagai dividen atau laba yang dibagikan kepada penanam modal. Penghitungan untuk *Dividend payout* yaitu dividen per lembar saham dibagi laba per lembar saham.

Return On Investment (ROI) digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian atas modal yang telah diinvestasikan oleh manajer pusat investasi pada aktiva. cara menghitung *return on investment* yaitu laba bersih sesudah pajak (EAT) dibagi total aktiva.

2.1.3 Strategi Perusahaan

Strategi organisasi, seperti yang dikemukakan oleh Suko Priyono (2004) diartikan sebagai pola keputusan yang berhubungan dengan hal-hal penting yang digunakan untuk: (1) pedoman bagi organisasi dalam menghadapi lingkungannya, (2) mempengaruhi internal organisasi baik struktur maupun proses, dan (3) mempengaruhi kinerja organisasi.

Selain itu strategi yang tepat dapat membantu perusahaan mencapai tujuan secara lebih terarah dalam setiap langkah sehingga mencapai hasil yang diinginkan. Gerry Johnson dan Kevan Scholes (dalam buku “*Exploring Corporate Strategy*”) misalnya mendefinisikan strategi sebagai arah dan cakupan jangka

panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).

Terdapat dua jenis strategi, yaitu strategi korporat dan strategi kompetitif (unit bisnis), Porter (1980). Strategi korporat menitikberatkan pada pertanyaan jangka panjang dan luas mengenai bisnis apa yang akan dimasuki oleh suatu organisasi dan apa yang diinginkan dalam bisnis tersebut (Coulter, 2002: 250). Strategi kompetitif berfokus pada penciptaan keunggulan kompetitif dan stabilitas pada masing-masing unit bisnis.

Miles dan Snow (1978) dalam Habbe dan Hartono (2001) mengklasifikasikan strategi perusahaan ke dalam empat tipologi, yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer* dan *reactors*, dengan definisi sebagai berikut (Habbe dan Hartono, 2001):

1. *Prospector* adalah organisasi yang hampir setiap saat secara terus menerus mengamati peluang pasar dan secara reguler melakukan percobaan-percobaan untuk memunculkan kecenderungan dalam lingkungan konsumen. Organisasi-organisasi ini sering membuat perubahan-perubahan dan ketidakpastian. Namun karena konsentrasinya sangat kuat pada inovasi produk dan pasar, maka biasanya organisasi-organisasi ini kurang efisien. Kurang efisien tersebut dikarenakan waktu yang terlalu lama digunakan dalam meneliti selera pasar.
2. *Defender* adalah organisasi-organisasi yang mempunyai domain *product-market* yang sempit. Manajer puncak dalam organisasi tipe ini sangat ahli

dalam membatasi daerah operasinya karena tidak cenderung mencari peluang baru yang keluar dari domainnya.. Sebagai suatu hasil yang berfokus sempit, perusahaan-perusahaan ini jarang membutuhkan penyesuaian penting dalam teknologi, struktur atau metode operasinya. Sebagai gantinya mereka mencurahkan perhatian utamanya kepada peningkatan efisiensi operasi.

3. *Analyzer* adalah organisasi yang beroperasi dalam dua tipe yakni *domain product-market* yang relatif stabil dan tetap melakukan perubahan-perubahan. Dalam areanya yang stabil, organisasi-organisasi ini beroperasi secara rutin dan efisien melalui penggunaan struktur dan proses-proses yang terformulasi. Dalam areanya yang lebih turbulen, manajer puncak memperhatikan secara dekat ide-ide baru pesaingnya dan kemudian secara cepat mengadopsinya.
4. *Reactors* adalah organisasi yang manajer puncaknya seringkali mempersepsikan bahwa telah terjadi perubahan dan ketidakpastian dalam lingkungan operasionalnya, tetapi tidak dapat meresponnya secara efektif. Tipe ini kurang konsisten mengenai hubungan antara *strategy-structure*, maka jarang membuat penyesuaian yang dapat memberi kekuatan untuk melakukan seperti yang dilakukan oleh lingkungannya.

Miles dan Snow (1978) dalam Habbe dan Hartono (2001) mengungkapkan bahwa pemilihan strategi didasarkan pada *adaptive cycle*, yaitu pemilihan strategi

perusahaan berdasarkan adaptasi lingkungan. Perubahan lingkungan dapat mempengaruhi strategi operasional yang dipilih oleh perusahaan.

2.1.4 *Prospector dan Defender*

Strategi *prospector* sangat bertolak belakang dengan strategi *defender*. Habbe dan Hartono (2001) menguatkan pernyataan ini, bahwa *prospector* dan *defender* merupakan tipologi organisasi yang berada pada dua titik ekstrim yang berbeda, bahkan cenderung bertolak belakang (Saraswati dan Atmini, 2007). Kedua tipologi organisasi yang sangat berbeda ini, tentu memiliki strategi yang berbeda dalam menjalankan perusahaan. Simmon (1990) mengidentikkan kedua tipe organisasi tersebut dengan model strategi persaingan yang diklasifikasikan oleh Porter (1980) yaitu strategi *differentiation* dan *cost leadership*, dan Mintzberg (1973) dengan nama *entrepreneurial* dan *adaptive*.

Tipe strategi yang ditulis oleh Miles dan Snow (1978) dalam Salter dan Narver (1993) dengan menggabungkan penciptaan nilai yang ditulis oleh Porter (1980), dinyatakan bahwa strategi *prospector* seringkali memasuki pasar pertama kali dengan konsep produk atau jasa baru. Mereka tidak ragu-ragu untuk memasuki segmen pasar baru dimana ada kesempatan. Bisnis menawarkan produk yang mendukung kinerja. Rencana mereka kebanyakan menawarkan produk inovatif, berdasarkan pada aksi dari kinerja (Herlina, 2006).

Perusahaan *prospector* dalam melakukan persaingan lebih mengutamakan aspek produk sebagai senjata atau *competitive advantages*, sehingga nampak pada perusahaan *prospector* lebih memiliki karakter inovasi produk-produk baru,

variasi dan diversifikasi produk sehingga pengeluaran riset dan pengembangan (R&D), serta *capital expenditure* perusahaan *prospector* relatif lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan *defender* (Ittner, et al. 1997).

Perusahaan *prospector* memiliki keunggulan kompetitif dengan adanya produk-produk baru, variasi, dan diversifikasi produk sehingga memiliki perbedaan di antara perusahaan-perusahaan lain dalam industri yang sama. Dengan adanya produk-produk baru serta variasi produk baru tersebut akan membuka peluang pasar baru yang berdampak pada peningkatan penjualan dan peningkatan pasar. Porter (1985) dalam Habbe dan Hartono (2001) menyatakan bahwa strategi bersaing dimaksudkan untuk melakukan sesuatu yang berbeda dengan para pesaing dalam industri yang sama.

Miles dan Snow (1978) dalam Habbe dan Hartono (2001) mengemukakan bahwa ada dua karakteristik pertumbuhan tipologi *prospector*, yaitu pertumbuhan sebagai hasil dari lokasi pasar baru dan pengembangan produk dan pertumbuhan dalam arti tingkat pertumbuhan yang tinggi. Variasi produk yang terus dilakukan akan membuka peluang pasar baru sehingga terjadi peningkatan pada penjualan dan pangsa pasar.

Strategi *prospector* dan *defender* memiliki sistem perencanaan dan pengendalian yang berbeda. Hal tersebut dinyatakan oleh Kim Langfield dan Smith (1997) dalam Juanda (2008), bahwa terdapat gambaran yang saling berlawanan tentang sifat dan peran sistem pengendalian dalam strategi yang dikaitkan dengan strategi *prospector* dan strategi *defender*. Strategi *defender* tidak melakukan pengembangan produk baru atau membuka peluang pasar baru. Oleh

sebab itu, sistem perencanaan dan pengendalian lebih menekankan kepada *problem solving* dan pengurangan *uncertainty*. Perusahaan bertipologi *Defender* berfokus pada aspek keuangan dan produksi yang mementingkan penggunaan teknologi secara efisien. Sistem pengendalian berbentuk sentralisasi yang sangat mengandalkan pengendalian *feedforward*. Penciptaan peran kerja terspesialisasi, prosedur operasi standar, dan deskripsi tugas formal merupakan bentuk pengendalian strategi *defender*. Ciri yang lain adalah kombinasi urutan yang sederhana antar subunit, operasi yang berulang-ulang, keputusan rutin dan lingkungan yang stabil dalam rangka membantu pola kerja sama yang baik.

Sistem perencanaan komprehensif sulit dijalankan oleh perusahaan bertipologi *prospector* yang selalu mengikuti perubahan lingkungan. Oleh sebab itu, sistem pengendalian yang digunakan adalah *problem finding*, fleksibel dalam menjalankan proses dan struktur, desentralisasi, dan berorientasi pada hasil. Hal tersebut dilakukan demi merespon lingkungan yang berubah dengan cepat. Sim (1997) dalam Juanda (2008) menjelaskan bahwa penerapan strategi *prospector* dihadapkan pada lingkungan yang lebih dinamis, kompetitif atau beraneka ragam dalam menentukan perubahan sistem pengendalian yang lebih besar. Perusahaan bertipologi *prospector* yang beroperasi pada lingkungan bisnis yang tidak stabil, akan mencari peluang pasar baru, melakukan inovasi pada produknya, dan mengembangkan sistem pengendalian yang fleksibel dan melakukan komunikasi informal secara intensif.

Berdasarkan penghitungan *price to book value* (PBV), proksi untuk melihat pertumbuhan perusahaan, perusahaan yang memiliki nilai PBV yang

besar memiliki kesempatan untuk tumbuh. Perusahaan bertipologi strategi *prospector* mempunyai kesempatan bertumbuh lebih besar dibanding strategi *defender* (Ittner, 1997).

Perusahaan *defender* berfokus pada efisiensi di aspek keuangan dan produksi. Pengontrolan biaya secara ketat, seperti biaya pengembangan dan penelitian, biaya pelayanan, biaya promosi diminimalisir, dan pencapaian *economic of scale productions* untuk mendapatkan biaya perunit yang rendah adalah upaya efisiensi yang dilakukan perusahaan *defender*. Perusahaan *defender* berusaha menyediakan produk yang stabil di perusahaan. Pengembangan produk biasanya disesuaikan dengan lini produk yang sudah ada dan pengembangan pemasaran yang disesuaikan dengan area yang tidak jauh dengan area yang sudah ada (Miles dan Snow, 1978, dalam Habbe dan Hartono, 2001).

Perusahaan *defender* tidak secara cepat beradaptasi dengan lingkungan eksternalnya dengan cepat, sehingga perusahaan ini tidak menerapkan *first to market* sebagaimana perusahaan bertipologi *prospector* (Ittner, et al, 1997). Perusahaan *defender* cenderung tumbuh *steady increments*, sedangkan *prospector* tumbuh secara *spurs* (Miles dan Snow, 1978). Perusahaan *defender* mempertahankan apa yang sudah ada. Dijelaskan oleh Ittner, et al. (1997) bahwa informasi-informasi keuangan, seperti ROI dan *cash flow operation*, lebih ditekankan daripada informasi non-keuangan, seperti pangsa pasar dan produk baru.

Jika dihubungkan dengan pendekatan *life cycle theory*, maka perusahaan bertipologi *prospector* yang berfokus pada inovasi produk dan peluang pasar baru,

berada pada fase pertumbuhan. Fase pertumbuhan dan strategi *prospector* memiliki karakteristik yang sama, yaitu produk *differentiation* merupakan *key success factor*. Pemilikan teknologi dan pengetahuan serta dukungan dana merupakan aspek penting dalam pencapaian *key success factor*. Perusahaan bertipologi *defender* yang berfokus pada efisiensi keuangan dan produksi, berada pada tahap kematangan, sehingga terdapat alasan yang kuat untuk melakukan pengontrolan biaya secara ketat.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dasar atau acuan yang berupa teori-teori atau temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah terkait dengan perusahaan *prospector* dan *defender*, reaksi pasar, dan kinerja akuntansi perusahaan.

1. Miles dan Snow (1978)

Penelitian ini membagi empat tipologi strategi, yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer*, dan *reactors*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa, *prospector* adalah organisasi yang mengamati peluang pasar, dan secara reguler melakukan percobaan-percobaan untuk memunculkan kecenderungan dalam lingkungan konsumen. *Defender* adalah organisasi yang mempunyai *domain-productmarket* yang sempit. *Analyzer* adalah

organisasi yang beroperasi dalam dua tipe yakni *domain-product market* yang relatif stabil dan tetap melakukan percobaan-percobaan. *Reactors* adalah organisasi yang manajer puncaknya seringkali mempersepsikan bahwa telah terjadi perubahan dan ketidakpastian dalam lingkungan organisasionalnya, tetapi tidak dapat meresponnya secara efektif.

2. Porter (1980)

Penelitian memiliki tujuan untuk apakah *life cycle theory* berpengaruh terhadap strategi, kompetisi, dan kinerja perusahaan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa, tiap fase evolusi akan berpengaruh terhadap strategi, kompetisi, dan kinerja perusahaan secara signifikan

3. Anderson dan Zeithaml (1984)

Menguji perbedaan variabel strategis antara tahap siklus hidup produk. Implikasi untuk meningkatkan pangsa pasar dan ROI dibahas.

4. Anthony dan Ramesh (1992)

Tujuan penelitian adalah menguji tingkat pertumbuhan penjualan pada *life cycle* dan besarnya dividen yang dibayarkan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa, pertumbuhan penjualan yang tinggi pada fase pertumbuhan dibandingkan dengan fase kematangan. Pembayaran dividen lebih besar pada fase kematangan dibandingkan dengan fase pertumbuhan.

5. Ittner, dkk (1997)

Penelitian memiliki tujuan untuk menguji beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai proksi orientasi strategi (rasio biaya riset, pengembangan terhadap penjualan, PBV, rasio jumlah karyawan). Hasil

penelitian mengungkapkan bahwa, perusahaan bertipologi *prospector* membagikan dividen kepada investor lebih kecil dikarenakan untuk mengantisipasi reinvestasi, riset pengembangan, produk baru, dan pengembangan tenaga kerja.

6. Habbe dan Hartono (2001)

Tujuan penelitian adalah studi terhadap kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan *defender*. Rata-rata pertumbuhan laba dan penjualan perusahaan tipologi *prospector* lebih besar dibandingkan perusahaan tipologi *defender* (signifikan), tetapi, rata-rata pembayaran dividen tidak berbeda signifikan.

7. Saraswati dan Atmini (2007)

Tujuan penelitian adalah memperoleh bukti empiris adanya perbedaan reaksi pasar terhadap pengukuran kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan *defender* pada periode setelah krisis finansial tahun 1998. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa,

- Rata-rata pertumbuhan laba dan penjualan perusahaan tipologi *prospector* lebih besar dibandingkan perusahaan tipologi *defender*. Namun, hasil tersebut tidak signifikan.
- rata-rata pembayaran *dividend payout* penjualan perusahaan tipologi *prospector* lebih besar dibandingkan perusahaan tipologi *defender*.

- Reaksi pasar terhadap perusahaan tipologi *prospector* lebih besar dibandingkan perusahaan tipologi *defender*. Namun, hasil tersebut tidak signifikan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

1	Miles dan Snow (1978)	Membagi empat tipologi strategi, yaitu <i>prospector</i> , <i>defender</i> , <i>analyzer</i> , <i>reactors</i>	<i>Prospector</i> merupakan strategi yang berfokus pada <i>differentiation</i> , <i>defender</i> merupakan strategi yang berfokus pada <i>cost leadership</i>
2	Porter (1980)	Menguji mengenai pengaruh <i>life cycle theory</i> terhadap strategi, kompetisi, dan kinerja perusahaan	Tiap fase dalam <i>life cycle theory</i> akan berpengaruh terhadap strategi, kompetisi, dan kinerja perusahaan
3	Anderson dan Zeithaml (1984)	Menguji perbedaan variabel strategis antara tahap siklus hidup produk. Implikasi untuk meningkatkan pangsa pasar dan ROI dibahas	ROI pada fase pertumbuhan lebih kecil dibandingkan dengan fase kematangan
4	Anthony dan Ramesh (1992)	Menguji pertumbuhan penjualan pada <i>life cycle</i> dan besarnya dividen yang dibayarkan	Pertumbuhan penjualan pada fase pertumbuhan lebih tinggi dibandingkan pada fase kematangan. Pembayaran dividen pada fase kematangan lebih besar dibandingkan pada fase pertumbuhan
5	Ittner, dkk (1997)	Menguji beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai proksi orientasi strategi	Perusahaan bertipologi <i>prospector</i> membagikan dividen kepada <i>investor</i> lebih kecil dikarenakan untuk mengantisipasi reinvestasi, riset pengembangan, produk baru, dan pengembangan
6	Habbe dan Hartono (2001)	Menguji perbedaan kinerja akuntansi dan reaksi pasar terhadap perusahaan <i>prospector</i> dan <i>defender</i>	Rata-rata pertumbuhan laba dan penjualan pada perusahaan <i>prospector</i> lebih besar dibandingkan <i>defender</i> . Rata-rata pembayaran dividen tidak berbeda signifikan. Tidak ada perbedaan reaksi pasar yang signifikan
7	Saraswati dan Atmini (2007)	Menguji penelitian Habbe dan Hartono pasca krisis tahun 1998	Rata-rata pertumbuhan laba dan penjualan pada perusahaan <i>prospector</i> lebih besar dibandingkan <i>defender</i> tetapi tidak signifikan. Rata-rata pembayaran dividen berbeda signifikan. Tidak ada perbedaan reaksi pasar
Sumber: Berbagai jurnal, 2013			

2.3 Kerangka Pemikiran

Strategi yang tepat menjadikan perusahaan bisa terus bertahan. Miles dan Snow (1978) dalam Habbe dan Hartono (2001) mengklasifikasikan empat tipologi strategi perusahaan, yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer*, dan *reactors*. Untuk menentukan empat tipologi tersebut digunakan variabel jumlah karyawan dibagi total penjualan (KARPEN), *price to book value* (PBV), *capital expenditure* dibagi dengan *market value* (CEMVE), dan *capital expenditure* dibagi dengan *total asset* (CETA), namun dalam penelitian ini hanya menggunakan dua tipologi yang ekstrim berbeda, yaitu *prospector* dan *defender*.

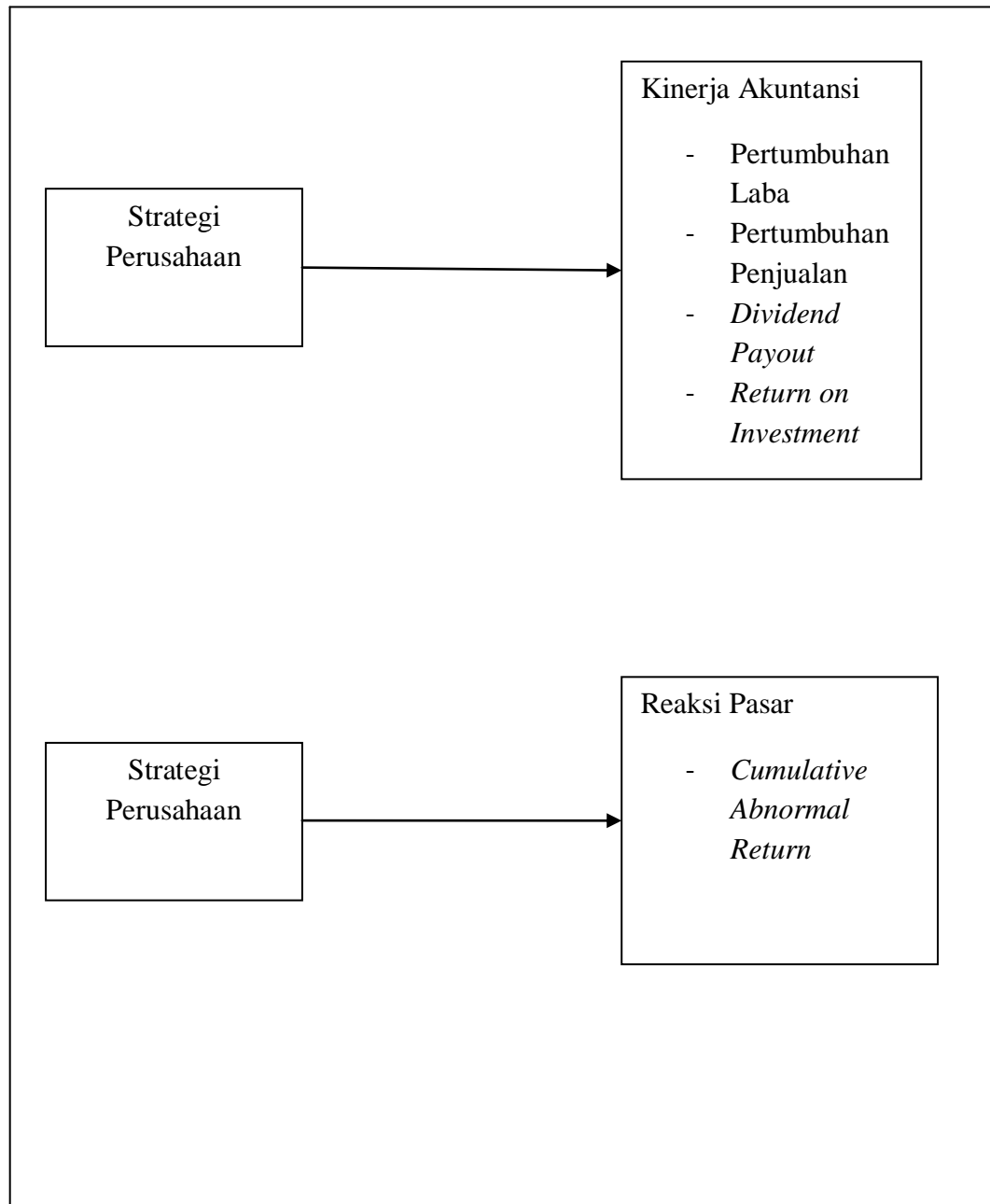
Strategi *prospector* melakukan identifikasi, inovasi produk baru, dan memanfaatkan peluang pasar. Bila dikaitkan dengan *life cycle*, perusahaan *prospector* masuk ke dalam fase pertumbuhan karena adanya pengembangan produk baru dan pertumbuhan dalam arti *rate of growth* yang tinggi. Sedangkan strategi *defender* yang mempertahankan pangsa pasar dan produk yang stabil dengan harga murah, masuk kedalam fase kematangan pada *life cycle theory*. Strategi *defender* masuk ke dalam fase kematangan karena pada fase ini perlu pengendalian biaya dan penekanan efisiensi.

Pada penelitian Anthony dan Ramesh (1992) ditemukan bahwa pertumbuhan penjualan pada fase pertumbuhan lebih tinggi dibandingkan pada fase kematangan (Habbe dan Hartono, 2001). Pada penelitian tersebut juga ditemukan bahwa pembayaran dividen pada fase pertumbuhan lebih kecil dibandingkan pada fase kematangan karena pada fase pertumbuhan, laba ditanamkan kembali ke perusahaan. Pada penelitian Anderson dan Zeithml (1984)

diungkapkan bahwa ROI pada perusahaan yang berada di fase pertumbuhan lebih kecil dibandingkan perusahaan yang berada di fase kematangan. Hal tersebut disebabkan perusahaan sedang berada di tahap pengenalan dan pertumbuhan sedang membangun (*build*), sehingga terus menerus melakukan investasi. Sedangkan perusahaan yang berada pada fase kematangan dan penurunan, memiliki ROI yang besar karena sudah berada di tahap memanen (*harvest*).

Pendekatan *life cycle theory* yang digunakan untuk pengukuran kinerja akuntansi, pertumbuhan laba dan penjualan pada perusahaan *prospector* lebih tinggi dibanding perusahaan *defender*. Penentuan perusahaan *prospector* dan *defender* dalam penelitian ini menggunakan pendekatan konsep siklus hidup (*life cycle concept*) seperti yang digunakan Habbe (2001) dan Saraswati (2007). Berdasarkan literatur di atas dapat disimpulkan implikasi strategi pengukuran kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan *defender* terhadap pengukuran akuntansi seperti pada Gambar 2.1.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



2.4 Hipotesis

Tabel 2.2
Hubungan *Life Cycle Theory* dengan *Prospector* dan *Defender*

	<i>Introducing</i>	<i>Growth</i>	<i>Maturity</i>	<i>Decline</i>
Penjualan	Penjualan rendah	Penjualan meningkat cepat	puncak penjualan	Penjualan menurun
Biaya	Biaya tinggi per pelanggan	Biaya rata-rata per pelanggan	Biaya rendah per pelanggan	Biaya rendah per pelanggan
Laba	Negatif	Laba meningkat	laba tinggi	laba menurun
Pelanggan	inovasi	pemakai awal	mayoritas menengah	pemakai terlambat
Pesaing	sedikit	Jumlahnya bertambah	Jumlah stabil mulai menurun	Jumlahnya menurun
	Perusahaan Mencari Inovasi, Survei lingkungan dan mengembangkan produksi sesuai perubahan lingkungan, frekuensi dan kontinuitas dari inovasi, para pesaing tidak yakin tentang tindakan-tindakan dan keputusan strategis masa depan dari <i>prospector</i>		Mencari stabilitas pasar, hanya memproduksi lini produk yang terbatas untuk segmen yang sempit dari pasar potensial, mempertahankan bisnis yang telah berjalan dengan baik, mencegah para pesaing masuk lahan mereka, menyulitkan para pesaing untuk bisa masuk ke dalam segmen pasar dalam industri yang ditekuni	
	<i>Prospector</i>		<i>Defender</i>	

Sumber: Miles dan Snow (1978) dan Muhammad Jalari (elearning.amikom.ac.id)

Berdasarkan hubungan *life cycle theory* dengan *prospector* dan *defender* pada tabel 2.2 di atas, dapat dibuat hipotesis-hipotesis sebagai berikut:

2.4.1 Pertumbuhan Laba antara Perusahaan *Prospector* dan *Defender*

Penelitian Habbe dan Hartono (2001) pada pengujian pengukuran kinerja, ditemukan bukti empiris bahwa perusahaan yang mempunyai kemampuan tumbuh atau berinvestasi lebih *profitable* dibandingkan perusahaan yang kurang mampu untuk tumbuh atau berinvestasi. Pertumbuhan *unexpected earnings* pada perusahaan *prospector* lebih besar dibandingkan perusahaan *defender* (Anthony dan Ramesh, 1992, dalam Saraswati dan Atmini, 2007). Dengan adanya pemasukan *unexpected earnings* ke dalam perusahaan, menyebabkan laba perusahaan bertambah. Pada penelitian Habbe dan Hartono (2001) ditemukan bahwa pertumbuhan laba perusahaan *prospector* lebih tinggi dibandingkan perusahaan *defender*.

Dengan menggunakan *price to book value* (PBV) sebagai proksi perusahaan yang mempunyai kesempatan untuk tumbuh, perusahaan yang memiliki kesempatan untuk tumbuh ditunjukkan oleh nilai PBV lebih besar dibanding perusahaan yang kurang memiliki kesempatan untuk tumbuh. Oleh sebab itu, Ittner (1997) mengungkapkan bahwa perusahaan bertipologi strategi *prospector* mempunyai kesempatan bertumbuh lebih besar dibandingkan strategi *defender*.

Tipe strategi memiliki hubungan dengan lingkungan dan karakteristik sistem pengendalian. Perusahaan bertipologi *prospector* yang mengikuti perubahan lingkungan untuk masuk ke dalam pangsa pasar baru, memiliki kesulitan mengimplementasi sistem perencanaan komprehensif. Sistem pengendalian yang cocok untuk perusahaan bertipologi *prospector* lebih

memfokuskan pada *problem finding* dibanding *problem solving*, dan proses maupun struktur yang fleksibel akan membantu perusahaan untuk merespon perubahan lingkungan yang cepat. Pengendalian bersifat desentralisasi dan berorientasi pada hasil.

Penerapan strategi *prospector* dihadapkan pada lingkungan yang lebih dinamis, kompetitif, atau beraneka ragam dalam menentukan perubahan sistem pengendalian yang lebih besar (Sim, 1997, dalam Juanda , 2008). Perusahaan *prospector* beroperasi pada lingkungan bisnis yang cepat berubah atau tidak stabil, oportunis, dan berusaha untuk menjadi yang terdepan atau pelopor, sehingga perusahaan dengan tipe ini cenderung untuk mengembangkan sistem pengendalian yang fleksibel dan memberikan lingkup yang lebih luas untuk komunikasi informal.

Sistem perencanaan dan pengendalian yang lebih terperinci pada strategi *defender* yang menekankan pada pengurangan *uncertainty*, menekankan pada *problem solving*, tapi tidak mampu mendukung pengembangan produk baru atau penempatan peluang pasar (Kim Langfield, 1997, dalam Juanda, 2008). Perusahaan *defender* fokus pada segi keuangan dan produksi yang mengutamakan penggunaan teknologi secara efisien. Sistem pengendalian berbentuk sentralisasi yang sangat mengandalkan pengendalian *feedforward* atau pengendalian intern yang menetapkan bahwa tujuan, rencana, kebijaksanaan dan standar ditetapkan dan dikomunikasikan kepada para manajer yang bertanggungjawab terhadap pencapaian tujuan. Pengendalian yang dilaksanakan seperti penciptaan peran kerja yang terspesialisasi, deskripsi tugas formal, dan prosedur operasi standar. Operasi

yang berulang-ulang, keputusan rutin, dan lingkungan yang stabil dalam rangka membantu pola kerja sama yang baik merupakan ciri yang lain dari perusahaan *defender*.

Berdasarkan penjelasan di atas, perusahaan *prospector* yang berada di fase pertumbuhan, produk *differentiation* dengan harga yang lebih tinggi di tengah sedikitnya saingan dalam jangka pendek, sehingga mampu menciptakan margin dan pertumbuhan laba yang tinggi. Margin dan pertumbuhan laba pada perusahaan *defender* yang berada pada fase kematangan relatif lebih rendah karena mempunyai domainnya, yaitu harus mampu bersaing dalam persaingan yang ketat (*cost advantage*).

Pada penelitian Habbe dan Hartono (2001) hasil penelitian menunjukkan pertumbuhan laba pada perusahaan *prospector* lebih besar daripada perusahaan *defender*, tetapi perbedaan tidak signifikan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis:

H1: Rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *prospector* lebih besar daripada rata-rata pertumbuhan laba perusahaan *defender*

2.4.2 Pertumbuhan Penjualan antara Perusahaan *Prospector* dan *Defender*

Perusahaan *prospector* mempunyai karakter pengejaran pertumbuhan penjualan dan peningkatan pasar melalui inovasi-inovasi produk baru, (Miles dan Snow, 1978, dalam Saraswati dan Atmini, 2007). Dalam *life cycle theory*, intensitas perusahaan *prospector* lebih besar karena karakter penciptaan produk

baru. Sedangkan perusahaan *defender* yang berada pada fase kematangan, menekankan pada efisiensi dan pengontrolan biaya yang lebih ketat.

Anthony dan Ramesh (1992) dalam Habbe dan Hartono (2001) mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan lebih tinggi pada fase pertumbuhan dibandingkan pada fase kematangan. Perusahaan *prospector* mempunyai karakter pertumbuhan penjualan dan peningkatan pangsa pasar melalui inovasi produk baru yang berbeda dengan cara pesaing. Penciptaan produk baru menjadikan perusahaan *prospector* lebih sering berada pada fase pertumbuhan di dalam *life cycle theory*. Sedangkan perusahaan *defender* lebih sering masuk kedalam fase kematangan karena biaya dikontrol yang menyebabkan persaingan ketat. Seperti yang dijelaskan oleh Porter (1980), ketika industri mencapai tahap kematangan dan penurunan siklus hidup, persaingan menjadi semakin ketat. Hal tersebut disebabkan, terdapat banyak ancaman dari produk pengganti.

Pada penelitian Habbe dan Hartono (2001) penelitian menunjukkan pertumbuhan penjualan pada perusahaan *prospector* lebih besar daripada perusahaan *defender*, tetapi perbedaan tidak signifikan.

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis:

H2: Rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *prospector* lebih besar daripada rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *defender*

2.4.3 *Dividend Payout Ratio* antara Perusahaan Prospector dan Defender

Pashley dan Philippatos (1990) dalam Saraswati dan Atmini (2007) menyatakan bahwa pada fase kematangan, perusahaan akan membayar dividen lebih besar dibandingkan fase pertumbuhan. Pada fase pertumbuhan, laba ditanamkan kembali ke perusahaan sehingga akan mengurangi hutang karena dengan adanya produk-produk baru serta variasi produk, maka akan membuka peluang pasar baru yang berkonsentrasi pada peningkatan penjualan dan pangsa pasar (Ittner, *et al.*, 1997). Perusahaan *prospector* yang berada pada fase pertumbuhan, mengantisipasi reinvestasi dalam *capital expenditure*, riset pengembangan produk baru dan pengembangan tenaga kerja. Perusahaan *prospector* harus memiliki tenaga kerja yang handal dan cakap, yang mampu melakukan perubahan dan mempunyai kreativitas yang tinggi. Bahkan perusahaan rela mengeluarkan biaya yang besar demi mencari sumber daya eksternal yang berkualitas tinggi.

Pada penelitian Anthony dan Ramesh (1992) dalam Habbe dan Hartono (2001) menggunakan *dividend payout ratio* sebagai prediktor dalam membagi siklus kehidupan perusahaan. Secara signifikan membuktikan bahwa rasio dividen lebih tinggi pada fase kematangan dan penurunan dibanding fase pertumbuhan. Makin tingginya *dividend payout ratio* yang ditetapkan oleh perusahaan berarti makin kecil dana yang tersedia untuk ditanamkan kembali di dalam perusahaan yang berarti akan menghambat pertumbuhan perusahaan.

Pada penelitian Saraswati dan Atmini (2007) pembayaran dividen pada perusahaan *prospector* lebih kecil dibandingkan perusahaan *defender*. Dapat

dijelaskan bahwa perusahaan *prospector* yang berada pada fase pengenalan dan pertumbuhan, masih berfokus untuk menaikkan laba dan likuiditas, serta penjualan. Perusahaan belum memikirkan mengenai pembagian dividen. Sedangkan pada perusahaan *defender* yang berada pada fase kematangan, sudah harus tahu berapa besar laba yang akan dibagikan kepada penanam modal.

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Rata-rata pembayaran dividen perusahaan *prospector* lebih kecil daripada rata-rata pembayaran dividen perusahaan *defender*

2.4.4 Return On Investment antara Perusahaan *Prospector* dan *Defender*

Perusahaan *prospector* melakukan pengejaran pertumbuhan penjualan, peningkatan pasar, dan intensitasnya pertumbuhannya tinggi, sehingga perusahaan *prospector* berada di tahap pertumbuhan. Sedangkan perusahaan *defender* menekankan pada aspek efisiensi berada pada fase kematangan, sebab pada fase inilah sangat beralasan untuk diterapkan pengontrolan biaya secara ketat.

Anderson dan Zeithaml (1984) menjelaskan bahwa perusahaan yang berada pada fase pertumbuhan masih berada pada tahap membangun (*build*) yang masih terus menerus melakukan investasi. Sedangkan perusahaan yang berada pada fase kematangan dan penurunan, berada pada tahap memanen (*harvest*), sehingga mempunyai ROI yang lebih besar.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: Rata-rata ROI pada perusahaan *prospector* lebih kecil daripada rata-rata ROI pada perusahaan *defender*

2.4.5 *Cumulative Abnormal Return* antara Perusahaan *Prospector* dan *Defender*

Investor akan melihat perusahaan mana yang mempunyai prospek ke depan yang cerah dalam mengambil keputusan investasi. Untuk melihat apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik atau tidak, investor menganalisis laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengukuran kinerja perusahaan berdasarkan kondisi perusahaan selama setahun yang terangkum lengkap dalam laporan keuangan.

Pengukuran kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan perusahaan *defender* adalah berbeda sehingga akan menerima respon yang berbeda pula dari pasar saham (Habbe dan Hartono, 2001). Reaksi pasar pada perusahaan *prospector* akan lebih tinggi karena perusahaan *prospector* memiliki pertumbuhan laba dan penjualan yang relatif lebih tinggi dibandingkan perusahaan *defender*.

H5: Reaksi pasar terhadap perusahaan *prospector* lebih besar daripada reaksi pasar terhadap perusahaan *defender*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Seleksi *Prospector* dan *Defender*

Penggolongan perusahaan menjadi *prospector* dan *defender* dapat dilakukan dengan menggunakan empat proksi, yaitu: jumlah karyawan dibagi penjualan (KARPEN), *price to book value* (PBV), *capital expenditure* dibagi *market value of equity* (CEMVE), dan *capital expenditure* dibagi total aset (CETA) (Habbe dan Hartono (2001) diambil dari penelitian Skinner (1993) serta Kallapur dan Trombley (1999). Nilai keempat proksi tersebut dianalisis menggunakan *common factor analysis*, yaitu model faktor dimana faktor-faktor didasarkan pada suatu pengurangan matriks korelasi. Variabel indikator dari proksi perusahaan *prospector* dan *defender* dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{KARPEN} = \text{KAR} / \text{PEN} \quad (3.1)$$

$$\text{PBV} = \text{MV} / \text{BV} \quad (3.2)$$

$$\text{CETA} = (\text{CE}_t - \text{CE}_{t-1}) / \text{TA}_{t-1} \quad (3.3)$$

$$\text{CEMVA} = (\text{CE}_t - \text{CE}_{t-1}) / \text{MVE}_{t-1} \quad (3.4)$$

Keterangan:

KAR = Total karyawan

PENJ = Total penjualan bersih

MV = Harga pasar per lembar saham

BV = Nilai buku per lembar saham

CE_t = *Capital Expenditure* tahun t

CE_{t-1} = *Capital Expenditure* tahun t-1

TA_{t-1} = Total aset tahun t-1

MVE_{t-1} = Nilai pasar ekuitas akhir tahun t-1

3.1.2 Pengukuran Kinerja Akuntansi

Pengukuran kinerja akuntansi yang terimplikasi oleh strategi organisasi, digunakan empat variabel, yaitu pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, *dividend payout*, dan *return on investment* (ROI), yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$dIBED = (IBED_t - IBED_{t-1}) / MVE_{t-1} \quad (3.5)$$

$$dSG = (SG_t - SG_{t-1}) / SG_{t-1} \quad (3.6)$$

$$DP = DPS / EPS \quad (3.7)$$

$$ROI = EAT / TA \quad (3.8)$$

Keterangan:

$dIBED$ = Pertumbuhan Laba

$IBED_t$ = Laba sebelum pajak, tidak termasuk *extraordinary items*,
dan *discontinued operations* pada tahun t

$IBED_{t-1}$ = Laba sebelum pajak, tidak termasuk *extraordinary items*,
dan *discontinued operations* pada tahun t-1

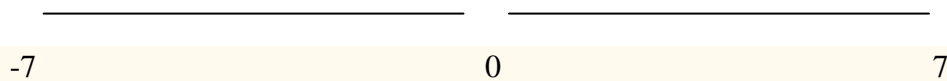
MVE_{t-1} = Nilai Pasar Ekuitas pada akhir tahun t-1

dSG	= Pertumbuhan Penjualan
SG_t	= Total Penjualan Bersih pada tahun t
SG_{t-1}	= Total Penjualan Bersih pada tahun $t-1$
DP	= <i>Dividend Payout Ratio</i>
DPS	= Dividen per lembar Saham
EPS	= Laba per lembar Saham
ROI	= <i>Return On Investment</i>
EAT	= Laba bersih sesudah Pajak
TA	= Total Aktiva

3.1.3 Pengukuran Reaksi Pasar

Reaksi pasar diuji terhadap pengukuran kinerja akuntansi perusahaan *prospector* dan *defender*, digunakan variabel *cumulative abnormal return* (CAR) yang dihitung dengan menggunakan Model disesuaikan-pasar (*market-adjusted model*). Model disesuaikan-pasar (*market-adjusted model*) menganggap bahwa penduga yang terbaik untuk mengestimasi *return* suatu sekuritas adalah *return* indeks pasar pada saat tersebut. Dengan menggunakan model ini, maka tidak perlu menggunakan periode estimasi untuk membentuk model estimasi karena *return* sekuritas yang diestimasi adalah sama dengan *return* indeks pasar (Jogiyanto, 2001). Periode yang digunakan hanyalah periode peristiwa (*event period*) disebut juga dengan periode pengamatan atau jendela peristiwa (*event window*). Lamanya jendela tergantung dari jenis peristiwanya.

Pada penelitian ini, periode yang diukur yaitu selama lima belas hari periode jendela (-7, -6, -5, -4, -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7), yaitu hari -7 sampai dengan +7, seputar tanggal publikasi laporan keuangan auditan perusahaan sampel. Periode pengamatan selama 15 hari yang meliputi 7 hari sebelum peristiwa, hari terjadinya peristiwa (hari ke nol), dan 7 hari setelah peristiwa terjadi.



Cumulative Abnormal Return dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

1. *Cumulative Abnormal Return* merupakan jumlah dari semua *abnormal return* selama periode jendela. Rumus yang digunakan adalah:

$$CAR_{i,t} = \sum AR_{i,t} \quad (3.9)$$

Keterangan:

$CAR_{i,t}$ = *Cumulative Abnormal Return* saham i pada hari t

$AR_{i,t}$ = *Abnormal Return* saham i pada hari t

2. *Abnormal Return* adalah selisih antara return sesungguhnya (*actual return*) dengan *return* indeks pasar dari saham i pada hari t. Rumus yang digunakan adalah

$$AR_{i,t} = R_{i,t} - R_{Mt} \quad (3.10)$$

Keterangan :

$AR_{i,t}$ = *return* tidak normal (*abnormal return*) saham i pada hari t

$R_{i,t}$ = *return* sesungguhnya (*actual return*) untuk saham i pada
hari t-1

R_{Mt} = *return* indeks pasar dari saham i pada hari t

3. *Return* atau tingkat pengembalian sesungguhnya (*actual return*). Rumus yang digunakan adalah:

$$R_{i,t} = P_{i,t} - P_{i,t-1} / P_{i,t-1} \quad (3.11)$$

Keterangan:

$R_{i,t}$ = *return* sesungguhnya saham i pada hari t

$P_{i,t}$ = harga penutupan (*closing price*) saham i pada hari t

$P_{i,t-1}$ = harga penutupan (*closing price*) saham i pada hari t-1

4. *Return* indeks pasar bisa dihitung dengan menggunakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Rumus yang digunakan adalah:

$$R_{M,t} = IHSG_t - IHSG_{t-1} / IHSG_{t-1} \quad (3.12)$$

Keterangan :

$R_{M,t}$ = *return* indeks pasar

$IHSG_t$ = Indeks Harga Saham Gabungan pada hari t

$IHSG_{t-1}$ = Indeks Harga Saham Gabungan pada hari t-1

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan adalah data sekunder. Berikut data yang digunakan:

1. Data akuntansi diambil dalam laporan keuangan perusahaan sampel selama tahun 2006-2010 yang didapat dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan situs resmi BEI www.idx.co.id , yaitu jumlah karyawan, penjualan, *capital expenditure*, total aset, laba sebelum pajak, laba bersih, dividen, laba per lembar saham, dan jumlah saham beredar.
2. Data harga saham harian seputar tanggal publikasi laporan keuangan masing-masing emiten yang diperoleh dari database Pojok BEI Universitas Diponegoro.
3. Data *market value* dan *book value* didapat dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) 2007-2011.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder karena didapat dari dokumen. Data dikumpulkan dari majalah *Indonesia Stock Exchange (IDX) Statistics*, data laporan keuangan auditan dari BEI, situs resmi BEI www.idx.co.id, dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).

Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih merupakan seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode *purposive sampling* digunakan untuk pemilihan sampel, dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan tujuan dari kriteria yang ditentukan.

Berikut kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel:

1. Sampel telah terdaftar di BEI sejak Maret 2005 atau sebelumnya
2. Sampel tergolong dalam perusahaan manufaktur menurut klasifikasi *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD)
3. Sampel adalah perusahaan yang sudah menerbitkan laporan keuangan auditan (*annual report*) berturut-turut selama tahun 2006-2010
4. Laporan keuangan tersebut berakhir tanggal 31 Desember dan dinyatakan dalam rupiah
5. Perusahaan membagikan dividen berturut-turut dari 2006-2010

Pemilihan perusahaan manufaktur sebagai sampel dikarenakan terdapat unsur perhitungan *capital expenditure* di dalam perusahaan manufaktur, yang dipakai sebagai salah satu kriteria pengidentifikasian sampel perusahaan tipe *prospector* dan *defender*.

3.4 Metode Analisis

Kelima hipotesis diuji dengan menggunakan uji beda dua sampel independen (*two independent samples*). Sebelum dilakukan uji beda dua sampel independen, dilakukan uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test*. Bila data terdistribusi normal, pengujian hipotesis menggunakan *T-Test*. Bila sebaliknya, data tidak terdistribusi normal, uji hipotesis menggunakan statistik non-parametrik, yaitu *Mann-Whitney U Test*.

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berisikan metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan, peringkasan, dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna. Digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian. Ukuran yang akan dipakai dalam penelitian adalah membandingkan nilai rata-rata (*mean*).

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian yang ada dalam model uji beda dua sampel independen (*two independent samples*). Pengujian ini harus dilakukan terlebih dahulu sebelum menguji hipotesis untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak.

3.4.2.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk uji normalitas pada data hipotesis.

Dasar penarikan kesimpulan adalah data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymptotic Significance $> 0,05$. Bila dari hasil *test* menunjukkan nilai di bawah 0,05, maka data terdistribusi tidak normal karena tidak memenuhi asumsi normalitas, sehingga hipotesis diuji dengan menggunakan statistik non-parametrik, yaitu *Mann-Whitney U-Test*. Bila hasil test menunjukkan nilai di atas

0,05, maka data terdistribusi normal sehingga hipotesis diuji dengan menggunakan *t-test*.

3.4.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini tergantung pada hasil dari pengujian normalitas data. Bila data terdistribusi normal, maka pengujian hipotesis menggunakan statistik parametrik, yaitu *T-Test*. Bila data terdistribusi tidak normal, maka pengujian hipotesis menggunakan statistik non-parametrik, yaitu *Mann-Whitney U-Test*. Dari hasil pengujian ini, maka akan ditemukan hasil pengujian hipotesis, apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara dua kelompok sampel yang saling tidak berhubungan, yaitu perusahaan *prospector* dan *defender*.

3.4.3.1 Uji T-Test

Uji *T-Test* adalah sebuah teori dalam statistik yang digunakan untuk menguji apakah suatu nilai tertentu (yang diberikan sebagai pembanding) berbeda secara nyata atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel.

Melalui pengujian ini, dapat diketahui signifikansi perbedaan rata-rata dua kelompok sampel yang saling tidak berhubungan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *prospector* dan *defender*)

2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (terdapat perbedaan yang signifikan antara *prospector* dan *defender*)

3.4.3.2 Uji Mann-Whitney U-Test

Mann-Whitney U-test digunakan bila data terdistribusi tidak normal.

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *prospector* dan *defender*)
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (terdapat perbedaan yang signifikan antara *prospector* dan *defender*).